

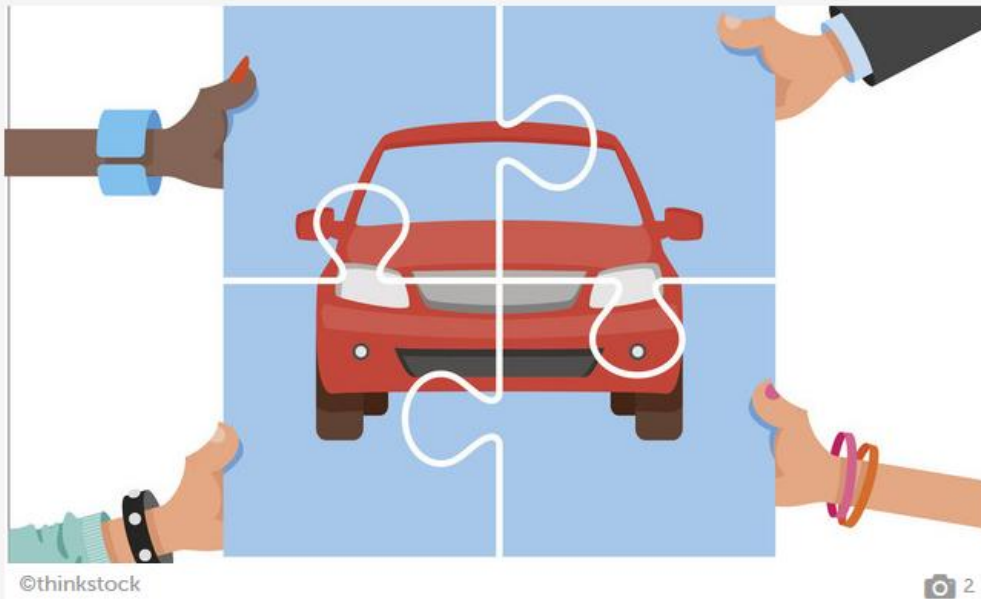


Waarom de Belg niet klaar is voor deeleconomie

Yves Van Vaerenbergh is professor marketing aan de KU Leuven (campus Brussel).

14 mei 2016

LEES LATER ★



©thinkstock

2

Naar aanleiding van [Rogier De Langhes](#) [opiniestuk](#) 'Waarom we onszelf te pletter werken' woedt er een waar debat over de deeleconomie. Stefan Grommen [schetste voor demorgen.be](#) een mooi beeld van de voordelen en uitdagingen van de deeleconomie, en Bart Eeckhout [had het over de gevaren van de commercialisering van de deeleconomie voor arbeid en sociale mobiliteit](#). Allemaal goed en wel, maar wat als we het nu eens vanuit het perspectief van de consument bekijken?



Yves Van Vaerenbergh. ©rv



55 SHARES

SHARE



Consumenten hebben bijvoorbeeld schrik dat het te delen goed niet beschikbaar zal zijn op momenten dat men het nodig heeft

Op zich is het interessant om onze goederen met elkaar te delen. Neem nu bijvoorbeeld 'Koning auto'. De meesten onder ons hebben graag een mooie wagen op onze oprit staan. En dat is net wat de auto het vaakst doet: Staan! Meer dan 95 procent van de tijd staat onze auto ergens geparkeerd, en levert onze dure investering dus niets op. Dus hop, allemaal de autodelen-toer op! "De geesten zijn immers meer dan ooit rijp voor zulke initiatieven", stelt Grommen kordaat. Maar is dat wel zo?

Neen. De geest van de Belgische consumenten is hier nog niet rijp genoeg voor. Uit eigen onderzoek, samen met Simon Hazée en Cécile Delcourt van de Universiteit van Luik, blijkt dat consumenten verschillende barrières zien in het gebruik van de deeleconomie. De ene is daarbij al rationeler dan de andere. Om te beginnen ervaren consumenten barrières gerelateerd aan het delen zelf. Consumenten hebben bijvoorbeeld schrik dat het te delen goed niet beschikbaar zal zijn op momenten dat men het nodig heeft. "Stel dat er iets gebeurt en ik moet dringend naar het ziekenhuis, zal ik dan wel over een auto kunnen beschikken?", en "Wat als een andere gebruiker het gedeelde goed te laat terug binnenbrengt?", zijn slechts enkele vragen die consumenten zich stellen.

De deeleconomie betekent ook delen met anderen.

Consumenten worden zich plots heel bewust van het feit dat het gebruikte goed niet hun goed is. Consumenten zijn dan ook bang verantwoordelijk te worden gesteld voor mogelijke schade door anderen. Zeer opvallend,

een zekere groep consumenten heeft angst om ziek te worden. Tot slot van rekening: Als je een goed deelt, dan heeft die een andere consument dit goed ook al heeft aangeraakt! Degoutant, nietwaar?!

SHARE  

Tijdens onze conversaties met consumenten gaven deze zeer duidelijk aan zich niet altijd veilig te voelen in de deeleconomie

Bovendien staat niet iedereen open voor het nauwere sociale contact. Tijdens onze conversaties met consumenten gaven deze zeer duidelijk aan zich niet altijd veilig te voelen in de deeleconomie. "In iemands huis een kamer delen? Allemaal goed en wel, maar onder wiens dak kom ik dan terecht?" vormt een belangrijke drempel. Het toont aan dat consumenten motiveren om deel te nemen aan de deeleconomie niet alleen een rationele, maar ook een irrationele beslissing is. Dit maakt het plots veel moeilijker om de consument te overtuigen om hieraan mee te doen.

De deeleconomie groeit elk jaar, en de in het stuk aangehaalde arbeids- en milieuvoordelen zijn reëel. Maar tezelfdertijd is een economie opgebouwd rond vraag en aanbod, en zien we dat de Belgische consument

op dit moment nog niet klaar is voor het delen van goederen met anderen. Uit een recent Europees onderzoek door ING blijkt dat slechts 2 procent van de Belgische consumenten al eens van de deeleconomie heeft geproefd, wat beduidend minder is dan het Europese gemiddelde (5 procent). Koplopers zijn Turkije (9 procent), Spanje (6 procent), Italië (5 procent) en Nederland (5 procent).

Zelfs als de Belgische overheid maatregelen neemt om de deeleconomie te stimuleren, zal de Belgische consument de komende jaren nog wat blijven twijfelen. Misschien is het wel als goede wijn: het heeft wat tijd nodig om te rijpen... Laat ons ondertussen voornemen om alvast die goede wijn met anderen te delen.

SHARE



Misschien is het wel als
goede wijn: het heeft wat
tijd nodig om te rijpen...

Bron: DM.be, 14/05/2016